

Opinião

EDITORIAL

Eleitor crítico e de opinião volátil

Com a aproximação das eleições presidenciais do Brasil em outubro é quase irresistível tentar traçar paralelos com as recentes disputas políticas na América Latina para encontrar similaridades que possam antecipar tendências. Embora a tarefa não seja fácil, os pleitos realizados desde 2017 em Honduras, Chile, Equador, Costa Rica, Paraguai, Colômbia e México mostraram eleitores cansados das velhas soluções à esquerda e à direita, incomodados com a permanente prática da corrupção e avessos aos radicalismos.

Um trabalho recente do Observatório Político da América Latina e Caribe (Opalc), aponta que embora a erosão na região de muitos governos de esquerda que estavam no poder há mais de uma década seja uma das explicações para as derrotas eleitorais dos últimos anos, ainda é exagerado considerar que existe um novo alinhamento da população à direita.

Para os autores, o que existe hoje é uma volatilidade crescente das preferências do eleitorado num contexto político, econômico e social em plena mutação, acelerada por uma crise de confiança da população quanto à capacidade dos dirigentes políticos de responder a essas novas demandas. Isso fica bem evidente no retorno ao poder do conservador Sebastian Piñera no Chile, após a gestão da socialista Michelle Bachelet, e na vitória do esquerdista López Obrador no México, após décadas de governos de centro-direita.

Há também uma tendência de fuga dos extremismos – com a notória exceção da Venezuela – em todas as disputas. O próprio Obrador precisou convencer os mexicanos de que iria evitar uma ruptura total do modelo econômico para ganhar o voto de confiança. O esquerdista Lenín Moreno também tratou de se distanciar do antecessor Rafael Correa já no primeiro ano de mandato no Equador.

Se há lições a serem aprendidas pelos postulantes ao cargo de presidente no Brasil é que queimar pontes e apostar na divisão “nós contra eles” pode até trazer algum ganho eleitoral momentâneo, mas tende a afastar apoios políticos e sociais necessários para tocar o plano de governo depois.



Panorama
Diário
Comercial e
Publicidade
Ltda.

É vetada a reprodução parcial ou integral do conteúdo deste jornal, a não ser com a autorização expressa do Diretor de Redação



ASSOCIADO A



CONSELHO EDITORIAL - Alaide Quercia, Dulio Calciliani, Claudia Rei, Raphael Müller e Roberto Lira

DIRETORIA - DIRETOR EXECUTIVO: Raphael Müller - raphaelmuller@dci.com.br

REDAÇÃO - DIRETOR: Roberto Lira - roberto.lira@dci.com.br;

EDITORA-ABERTURA: Adriane Castilho - adriane.castilho@dci.com.br;

EDITORA-FECHAMENTO: Liliana Lavoratti - liliana@dci.com.br;

EDITORES: Anna Lúcia França, Fernanda Bormpari, Jô Pasquatto, Juliana Estigarribia, Paula Cristina Silva e Wagner Gueller

CORRESPONDENTES: BAURU - Anna Maria Ferreira, BRASÍLIA - Abnór Gondim, CAMPINAS - Milton Paes, SÃO JOSÉ DOS CAMPOS - Julio Ottoboni.

AGÊNCIAS NOTICIOSAS: Agência Brasil (AB), Agência Estado (AE), Agência Lusa (AL) e Reuters

DEPARTAMENTO COMERCIAL -

GERENTE - Publicidade Legal - Carlos Pontes - carlos.pontes@dci.com.br

Publicidade - Para anunciar: (11) 5095-5300 / 5301 de 2ª a 6ª, das 8 às 18 horas, e-mail: comercial.instituicao@dci.com.br / comercial.legal@dci.com.br

Departamento de assinaturas - ATENDIMENTO AO ASSINANTE (SAA): Dúvidas, sugestões ou reclamações: (11) 5095-5335 de 2ª a 6ª, das 8 às 18 horas, e-mail: atendimento@dci.com.br; Para assinar: São Paulo e Grande São Paulo - (11) 5095-5335, Demais localidades - 0800-77-03-324, assinaturas@dci.com.br

Redação - Telefone (11) 5095 5200, fax (11) 5095 5308, e-mail: redaca@dci.com.br

Sede São Paulo - Rua Major Quedinho, 90 - 7º e 8º andar, Centro, São Paulo, SP, CEP 01050-030, Telefone (11) 5095 5200

Sucursal Rio - Avenida Rio Branco, 156, sala 1616 / Centro, Rio de Janeiro, RJ, CEP 20040-901, Telefone (21) 3178 4517

Impressão - S.A. O Estado de S. Paulo

LILIANA LAVORATTI
EDITORA-FECHAMENTO
liliana@dci.com.br



PLANO DE VOO

Infância sofre de múltiplas privações

A infância e adolescência no Brasil é vítima de muitos males, que vão além da pobreza material. Seis em cada dez menores de 17 anos estão privados de um ou mais direitos, como educação, informação, água, saneamento, moradia e proteção contra o trabalho infantil, de acordo com estudo do Fundo das Nações Unidas para a Infância (Unicef), apresentado ontem, com base na Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad) 2015. Ou seja, nada menos de 18 milhões de meninas e meninos – 34,3% do total – são afetados diretamente pela pobreza monetária, vivem com menos de R\$ 346 por capita por mês na zona urbana e R\$ 269 na zona rural.

Além da falta de recursos financeiros...

Ainda segundo o Unicef, dessas crianças e adolescentes atingidos pela privação de direitos, seis milhões, o equivalente a 11,2%, estão prejudicados somente pela falta de renda de suas famílias. Já os outros 12 milhões, ou 23,1%, além de viverem com renda insuficiente, têm um ou mais direitos negados. Mas os problemas não param aí: a eles, somam-se outros 14 milhões de meninas e meninos que não são monetariamente pobres, mas têm um ou mais direitos negados. Juntos, os dois grupos representam 61% das crianças e adolescentes do país.

...direitos fundamentais negados

"Para entender a pobreza, é preciso ir além da renda e analisar se meninas e meninos têm seus direitos fundamentais garantidos", disse a representante do Unicef no Brasil, Florence Bauer, no estudo, conforme relato da Agência Brasil. "Inclui a privação de direitos como uma das faces da pobreza não é comum nas análises tradicionais sobre o tema, mas é essencial para dar destaque a problemas graves que afetam meninas e meninos e colocam em risco seu bem-estar". Eis aí mais um desafio para o governo eleito nas urnas em outubro próximo.

Não à mão de obra infantil

Cerca de 69% dos consumidores entendem que as empresas e as instâncias de governo são corresponsáveis pela não utilização de mão de obra infantil. O dado está em pesquisa sobre o olhar do consumidor acerca do papel das companhias no combate ao trabalho infantil, que será divulgado pela Fundação Abrinq no CONARH 2018, congresso sobre RH e gestão de pessoas que acontece nesta semana em São Paulo. "Há crescente preocupação do consumidor com o compromisso social das empresas", afirma Denise Cesário, gerente executiva da Fundação Abrinq.

Algo precisa ser feito

Após saraivada de críticas, envolvimento da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB) e suspensão pelo Supremo Tribunal Federal, a Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS) realiza em 4 de setembro nova audiência pública para definir novas regras para cobrança de coparticipação e de franquia em planos de saúde. "Os modelos dos planos de saúde não acompanham as novas estruturas do mercado, o setor ainda é muito conservador, por isso algo tem de ser feito, e direito", diz o médico e sócio-diretor das health-techs B2Saúde e Carelink, Francisco Vignoli.

ARTIGO

Sustentabilidade na agenda dos CEOs

Quando empresas incorporam esse conceito nos negócios, todos ganham

Os CEOs desempenham papel crucial para o sucesso das mudanças que se processam nas empresas. Esta é uma afirmação que se torna mais forte a cada ano por meio de evidências coletadas em estudos conduzidos na academia e por consultorias. Mas não basta apenas ocupar a posição de máxima liderança. A visão, o senso de urgência e a capacidade de engajar e dirigir a mudança são apontados como os fatores chave do sucesso. Se isso é verdade, a relevância do CEO na gestão das mudanças organizacionais deve se aplicar também ao avanço da sustentabilidade e da responsabilidade social nas empresas.

Mas como será que os CEOs se relacionam com estas agendas? E como levam isso para as suas organizações? Pesquisa realizada pelo Pacto Global das Nações Unidas em parceria com a empresa de consultoria Accenture ouviu, em 2016, mais de 1000 CEOs, de 30 setores, em 150 países. O resultado surpreende ao mostrar que 87% deles consideram que os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) permitem repensar as abordagens para a criação de valor nos negócios, enquanto 78% já veem a oportunidade de contribuir para a agenda 2030 por meio do core business.

Esta é uma notícia a ser comemorada, pois segundo um outro estudo realizado pela consultoria McKinsey, os CEOs mais engajados com a sustentabilidade estão quase cinco vezes mais propensos a estabelecer metas públicas para o tema. Ao se comprometer publicamente, há um desdobramento importante da porta para dentro da empresa, o que inclui a definição de metas para os executivos, a criação de grupos de trabalho nos mais altos níveis de liderança e a disseminação para toda a organização dos benefícios financeiros da sustentabilidade. Este processo é chave para uma empresa incorporar a

sustentabilidade no seu dia a dia.

Além das companhias, a academia tem se preocupado com este tema. Pesquisa de mestrado defendida em abril deste ano na Escola de Administração de Empresas da FGV, ouviu nove presidentes de empresas com atuação no Brasil e que são amplamente reconhecidos por seu protagonismo no campo da sustentabilidade.

Um dos objetivos da autora era justamente identificar como se deu o engajamento destas lideranças com a temática. O trabalho mostra que, neste grupo, o aprendizado ocorreu na prática, temperado com uma alta dose de protagonismo e tomada de risco. A razão é simples: no período em que desenvolveram sua formação acadêmica e profissional o conceito e conhecimento sobre sustentabilidade ainda não eram tão difundidos. Diversos dos entrevistados relatam que acontecimentos pessoais também foram decisivos para impulsionar a tomada de consciência sobre o tema.

Um dos resultados mais importantes do estudo, porém, parece ser o fato de que para estes CEOs o

ideal não é que suas trajetórias sejam tomadas como receita de sucesso. Todos reforçam a importância de a sustentabilidade fazer parte da formação de executivos, desde a graduação, passando pelos cursos de MBA e incorporada nas ações de desenvolvimento realizadas dentro das companhias. Quando assegurarmos que todos os executivos entendam sobre sustentabilidade e percebam como ela se relaciona com os negócios não teremos dúvida de que isso estará na agenda de todos os CEOs. E não só na deles, mas de todas as lideranças. E não há dúvida de que quando as empresas incorporam a agenda da sustentabilidade no seu negócio todos ganham.

rafael.giotelli@institutovotorantim.org.br

